

# メルマガマスター講座

---

## 5.振り返り

# メルマガとはメディア

## メルマガの目的

絆作り、ファン作り。  
最終目標は、商品の販売だとしても、そこに向かうまでには、絆作りが不可欠

## ブランド作り

ファンの数。  
価値あるブランドは、熱狂的なファンに支えられている。  
カッコいいロゴ、立地の良い事務所、高級な内装自体が、ブランドではない。

## 影響力

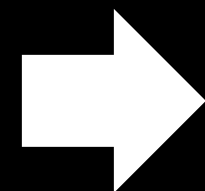
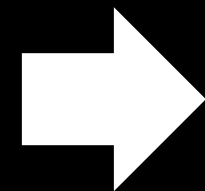
何かを販売したいと思った時に、購入してくれるファンの数や売上の額の大きさ。

# テレビ、メルマガの対比

テレビ

番組を作る

CMを流す



メルマガ

メルマガを作る

販売メールを流す

# メルマガをメディアにする 8つの理由

メルマガを  
メディアにする理由

1

コストが安い

Emailの場合、限りなくゼロに近い

メルマガを  
メディアにする理由

2

# 毎日送れる

ザイオンス効果、単純接触効果  
接触頻度が多ければ多い程  
好感を持つという心理

メルマガを  
メディアにする理由

3

# 自分への 戒めになる

読者に良い事を送るという事は  
自分への反省になる

メルマガを  
メディアにする理由

4

# 自分の 成長速度が上がる

教える人が一番勉強になる



メルマガを  
メディアにする理由

5

# コンテンツの 再利用ができる

色々な媒体への転用

メルマガを  
メディアにする理由

6

# メディアを 制する者は ビジネスを制する

メディアを持つことは  
大きなコントロールを  
手にすることができる

メルマガを  
メディアにする理由

7

# 売りやすい状況が 作れる

同じような商品はたくさんある  
何を買うかではなく誰から買うかが  
重視されている

メルマガを  
メディアにする理由

8

# 無形資産が 増える

ビジネスで最も重要な資産が  
増え続けていく

# 面白いメディアを作る 6つのポイント

面白いメディア  
を作る方法

1

# コンテンツと CMのバランス

メルマガはメディア。番組作り  
CMばかりのメディアや番組はない

面白いメディア  
を作る方法

2

# 教育は ほどほどに

極端な話、教育しなくていい  
メルマガを読んでも  
顧客は解決はできない  
半分 エンタメ、半分 教育

面白いメディア  
を作る方法

3

# 間違うことを 恐れな

言い換えれば、不完全さを見せる  
完璧なものには、親しみをかんじられない  
欠点を出した方が、親しみを感じる



面白いメディア  
を作る方法

4

# ワンパターン 現状維持はNG

つまらなさを生み出す元凶はコレ

面白いメディア  
を作る方法

5

毎日書く！  
毎日発信する！

書くことを作りにいく  
気付けるようにする

面白いメディア  
を作る方法

6

# 誰が視聴者かを 決める

書けない原因は  
誰に書くかを決めていない

# メルマガを書く 5つのステップ

# メルマガを書く5つのステップ

ステップ1

ネタ

ステップ2

本文

ステップ3

件名

ステップ4

編集

ステップ5

配信

# 本文の構成

# 覚えるべき 2 種類の構成

## ストーリー

1. (オープニング)

2. ストーリー

3. スイッチ・コンテンツ

4. クロージング、PS

## コンテンツ中心

1. Why

2. What

3. How

4. What if~

**送信者名**



# 送信者名の考え方

## 個人

元々EメールやLINEは、個人間のコミュニケーション。個人名からでOK。

個人ベースのサイズで拡張しないなら、これ以上ない。ベスト。

迷惑メールにならない王道。

## ブランド名

メディアを作ると考えると、番組名=ブランド名

## ブランド名

「笑っていいとも！」

## 会社名

「フジテレビ」